ADGI HUB
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
IBU KOTA NEGARA NUSANTARA

Desainer Grafis
Dimas Fakhruddin

Nomor Urut
03

ADGI Chapter
Malang

www.adgi.or.id

Tentang Proyek

Proyek ini merupakan bagian dari tahapan pemilihan desain logo yang akan menjadi wajah dari Ibu Kota Negara Nusantara. Diperlukan identitas visual yang dapat melambangkan jati diri dan potensi dari Nusantara sebagai Ibukota baru agar dapat memberikan identitas yang kuat merepresentasikan Indonesia dan dapat terimplementasi secara konsisten pada kebutuhan pemerintahan atau bahkan kota, sesuai Visi Indonesia 2045.

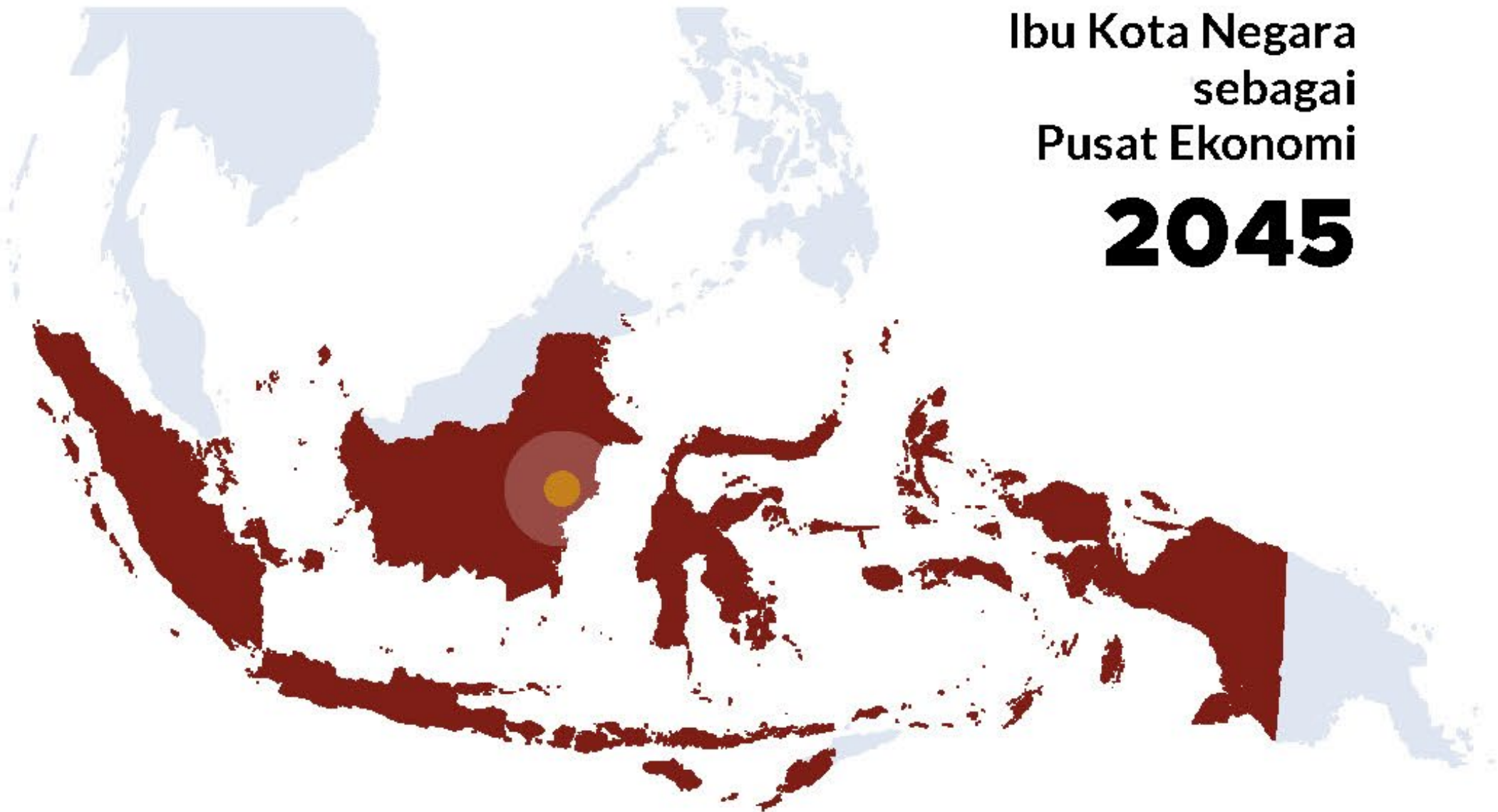
Latar Belakang

Pembangunan dan pengelolaan IKN Nusantara memiliki visi Ibu Kota Negara sebagai kota dunia untuk semua yang bertujuan utama mewujudkan kota ideal yang dapat menjadi acuan (*role model*) bagi pembangunan dan pengelolaan kota di Indonesia dan dunia. Visi besar tersebut bertujuan untuk mewujudkan IKN Nusantara sebagai:

- Kota berkelanjutan di dunia, yang menciptakan kenyamanan, keselarasan dengan alam, ketangguhan melalui efisiensi penggunaan sumber daya dan rendah karbon;
- Penggerak ekonomi Indonesia di masa depan, yang memberi peluang ekonomi untuk semua melalui pengembangan potensi, inovasi, dan teknologi; serta
- Simbol identitas nasional, merepresentasikan keharmonisan dalam keragaman sesuai dengan Bhinneka Tunggal Ika.

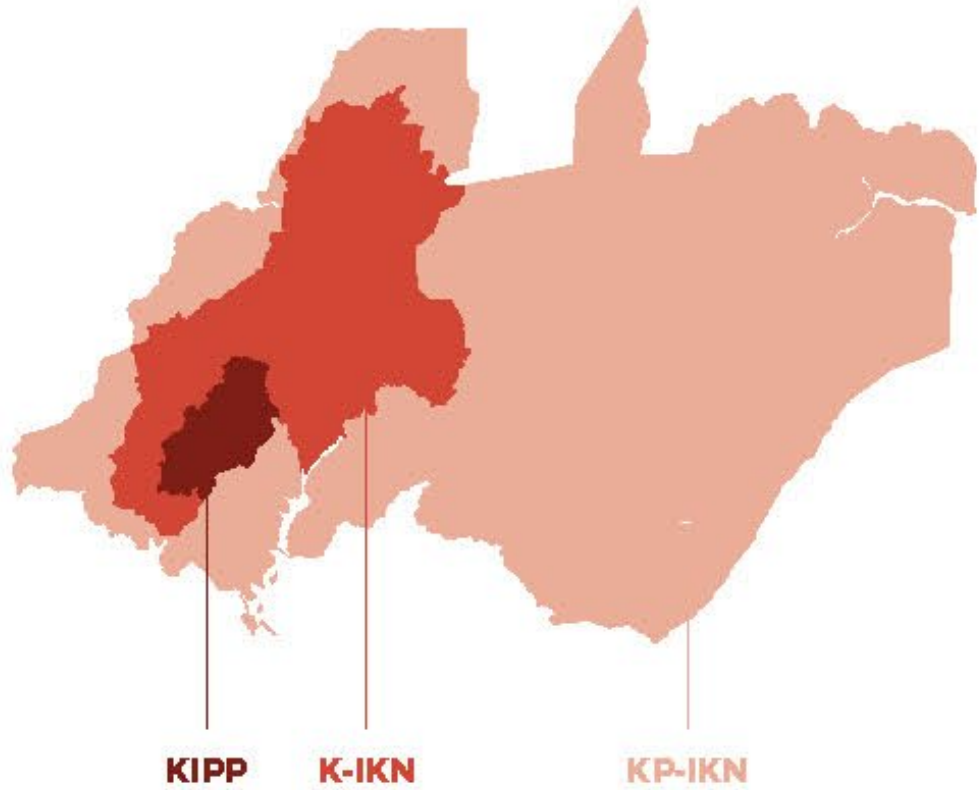
Menuju Indonesia 2045

Ibu Kota Negara akan dibangun untuk mencapai target Indonesia sebagai negara maju, sesuai Visi Indonesia 2045. Dibangun dengan identitas nasional, IKN Nusantara akan mengubah orientasi pembangunan menjadi Indonesia- sentris, serta mempercepat Transformasi Ekonomi Indonesia.

2022 - 2024	Pemindahan tahap awal ke kawasan IKN (K-IKN), membangun infrastuktur utama. Presiden RI akan merayakan HUT ke-79 RI di K-IKN pada 17 Agustus 2024.
2025 - 2035	Membangun IKN sebagai area inti yang tangguh, mengembangkan pusat inovasi dan sektor ekonomi prioritas, serta mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/Sustainable Development Goals.
2035 - 2045	Membangun infrastruktur dan ekosistem 3 kota, menjadi 5 besar destinasi utama di Asia Tenggara. Mendorong jaringan utilitas berkelanjutan, mengembangkan pusat inovasi dan pengembangan talenta.
>2045	Mengukuhkan reputasi sebagai “Kota Dunia untuk Semua” dan menjadi kota terdepan di dunia dalam hal daya saing. Masuk dalam 10 kota dunia Layak Huni Terbaik.

Ibu Kota Negara sebagai Pusat Ekonomi

2045

Penggerak Ekonomi Baru Indonesia

3 Skala Perencanaan **Ibu Kota Negara**

Keterhubungan *Super Hub* - Trikota

PKN Perkotaan
Samarinda

PKN Perkotaan
Tenggarong

PKN Perkotaan
KIKN (BWP 1-6)

BWP 6
BWP 5
BWP 2
BWP 4
BWP 1
KIPP
BWP 9
BWP 7
BWP 8
BWP 3

PKN Perkotaan
Balikpapan

Penajam

BWP KIPP
(BWP 1 Kawasan Inti Pusat Pemerintahan)

BWP IKN Barat (BWP 2 Pusat Ekonomi)
BWP IKN Selatan (BWP 3 Layanan Kesehatan)
BWP IKN Timur (BWP 4 Pariwisata dan Hiburan)
BWP IKN Utara (BWP 5 Layanan Pendidikan)
BWP IKN Timur II (BWP 6 Inovasi dan Riset)
BWP Simpang Samboja (BWP 7 Pusat Industri Pertanian dan Logistik)
BWP Kuala Samboja (BWP 8 Pusat Sentra Pertanian)
BWP Muara Jawa (BWP 9 Pusat Pengembangan *High Tech Industry*)

PKN : Pusat Kegiatan Nasional
BWP : Bagian Wilayah Perencanaan

8 Prinsip IKN Nusantara

Source: Buku Panduan Investasi IKN

1 Selaras dengan Alam

2 Bhinneka Tunggal Ika

3 Terhubung, Aktif dan Mudah Diakses

4 Rendah Emisi Karbon

5 Sirkular dan Tangguh

6 Aman dan Terjangkau

7 Nyaman dan Efisien Melalui Teknologi

8 Peluang Ekonomi untuk Semua

3 Pilar KIPP (Kawasan Inti Pusat Pemerintahan)
Nature
Inspired Design
Wisdom
of Indonesia
Future
Smart City of
Indonesia
5 Transformasi Berbudaya
Ibu Kota Negara Nusantara
Transformasi
Berbudaya
Melestarikan
Alam
Berbangsa &
Bernegara
Bermukim
Bermobilisasi
Bekerja
Key Performance
Indicator (KPI)

Kota Dunia
Untuk Semua
Locally Integrated
Globally Connected
Universally Inspired

Konsep & Ide Besar

IKN Nusantara mampu mencerminkan jati diri bangsa Indonesia saat ini, di tahun 2045 nanti dan seterusnya.

Great cities attract ambitious people.
You can sense it when you walk
around one.

In a hundred subtle ways,
the city sends you message:

you could do more;
you should try harder.

— Cities and Ambition,
Paul Graham.

Apa yang akan dibisikkan oleh Nusantara?

Sebagai bangsa yang sejak lama hidup selaras dengan alam, sudah selayaknya kita kembali lagi membersamai alam dalam setiap upaya yang kita lakukan.

Kota akan selalu berubah dan melahirkan hal-hal tak terbayangkan. Tetapi selamanya nilai, semangat, dan jati diri tak akan berganti.

Tridaya

Filosofi Nusantara tentang suatu kesatuan yang terdiri tiga kekuatan dalam diri manusia yang berpengaruh dalam menentukan segala tindakan seseorang.

Konsep Tridaya digunakan sebagai pondasi dasar untuk memulai upaya merancang identitas IKN Nusantara agar dapat mencerminkan jati diri bangsa saat ini sehingga nantinya mampu bersaing dengan Kota-Kota Dunia lainnya.

Cipta, bersinggungan dengan kekuatan pikiran untuk merancang atau membuat sesuatu.

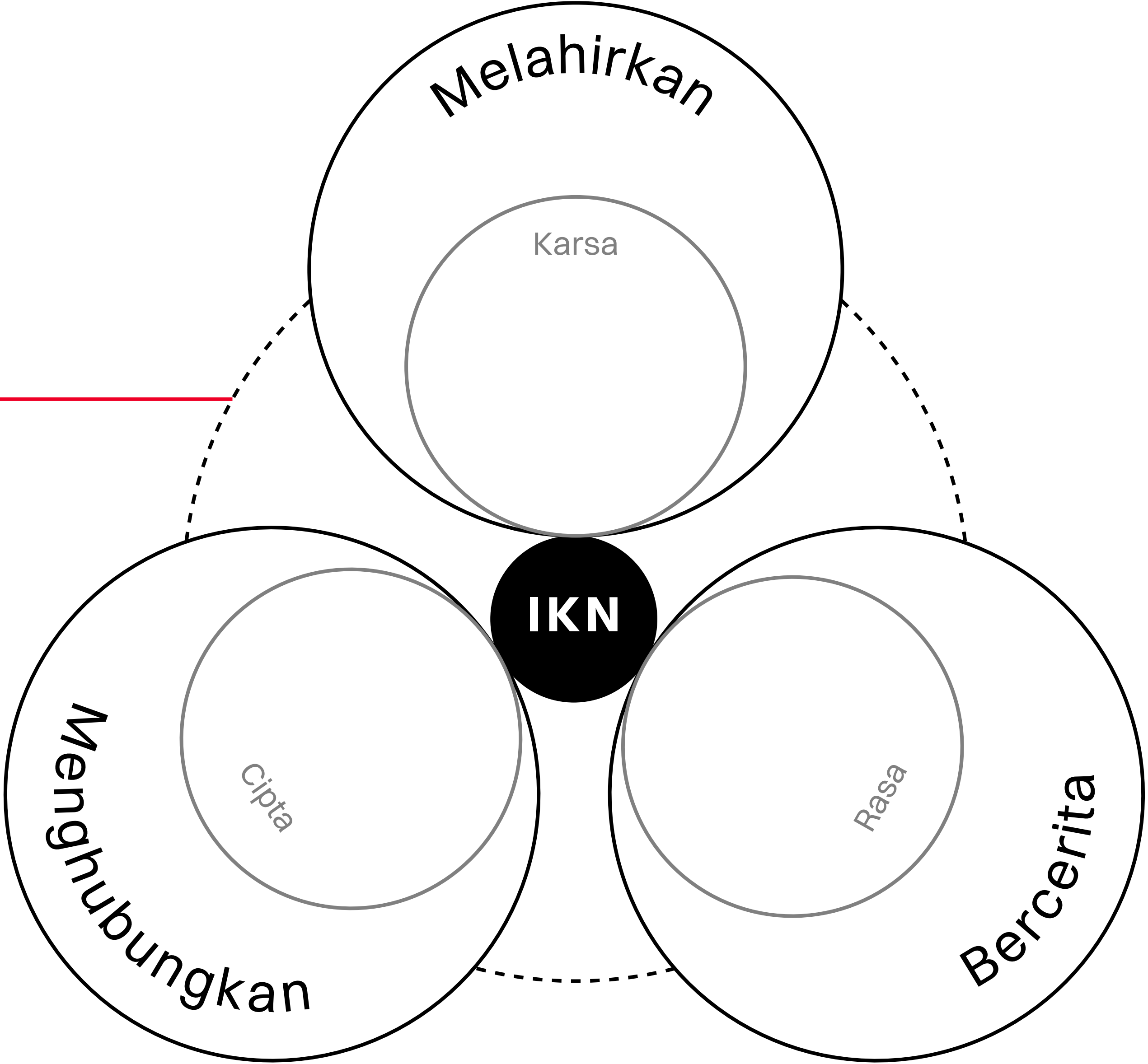
Rasa, bersinggungan dengan kekuatan hati manusia untuk menanggapi sesuatu.

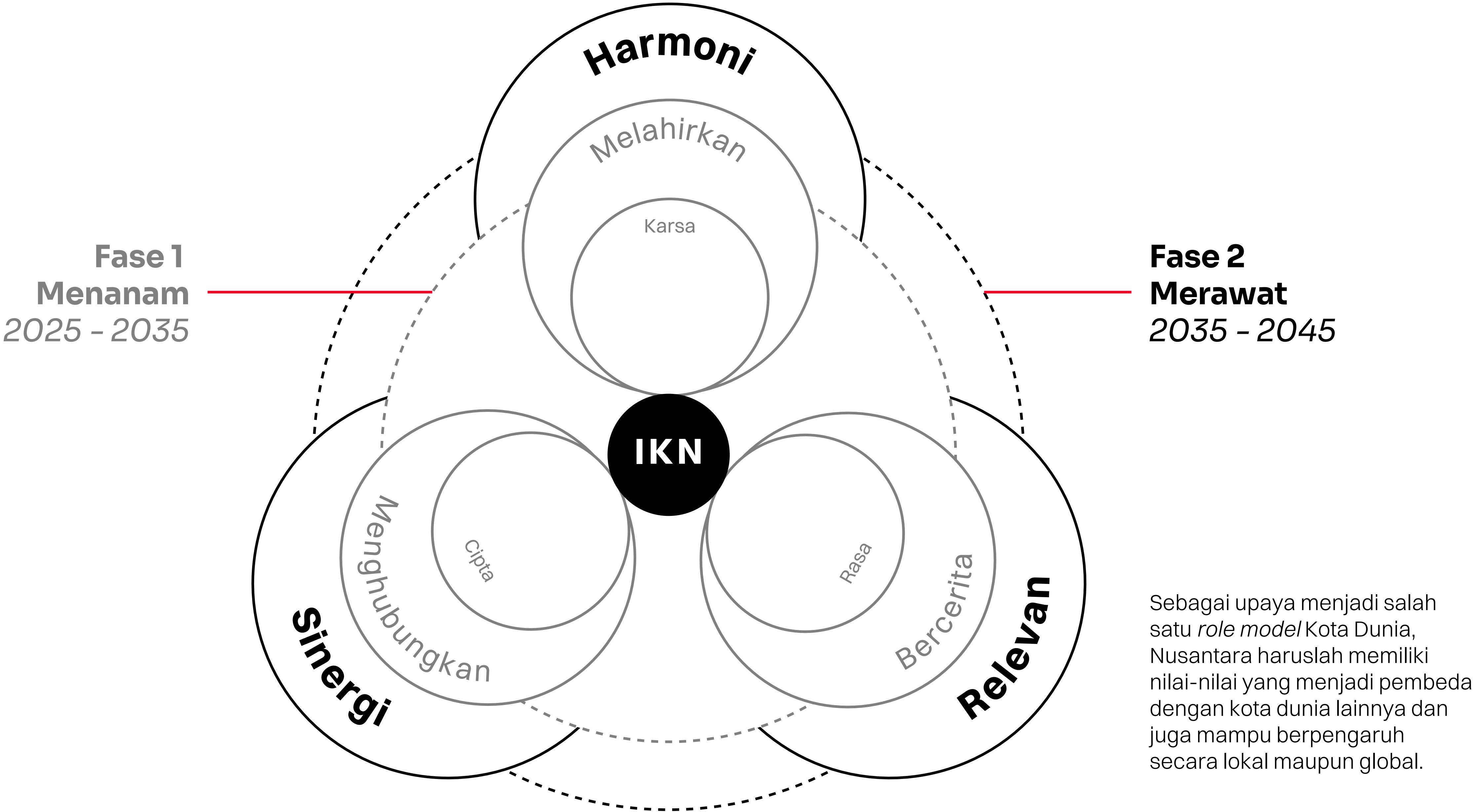
Karsa, adalah semangat atau dorongan dalam diri manusia untuk berbuat sesuatu.

Guna, tentang hasil dari cipta-rasa-karsa yang akhirnya menghasilkan sesuatu yang mempunyai manfaat bagi sekitarnya.

Menanam ① → Merawat ② → Mengolah ③

Mengimplementasikan Visi Indonesia 2045, 8 Prinsip IKN Nusantara, 3 Pilar Utama KIPP, serta 5 *value* utama Transformasi Berbudaya yang diangkat oleh IKN ke dalam identitas visual berupa logo dan turunannya.

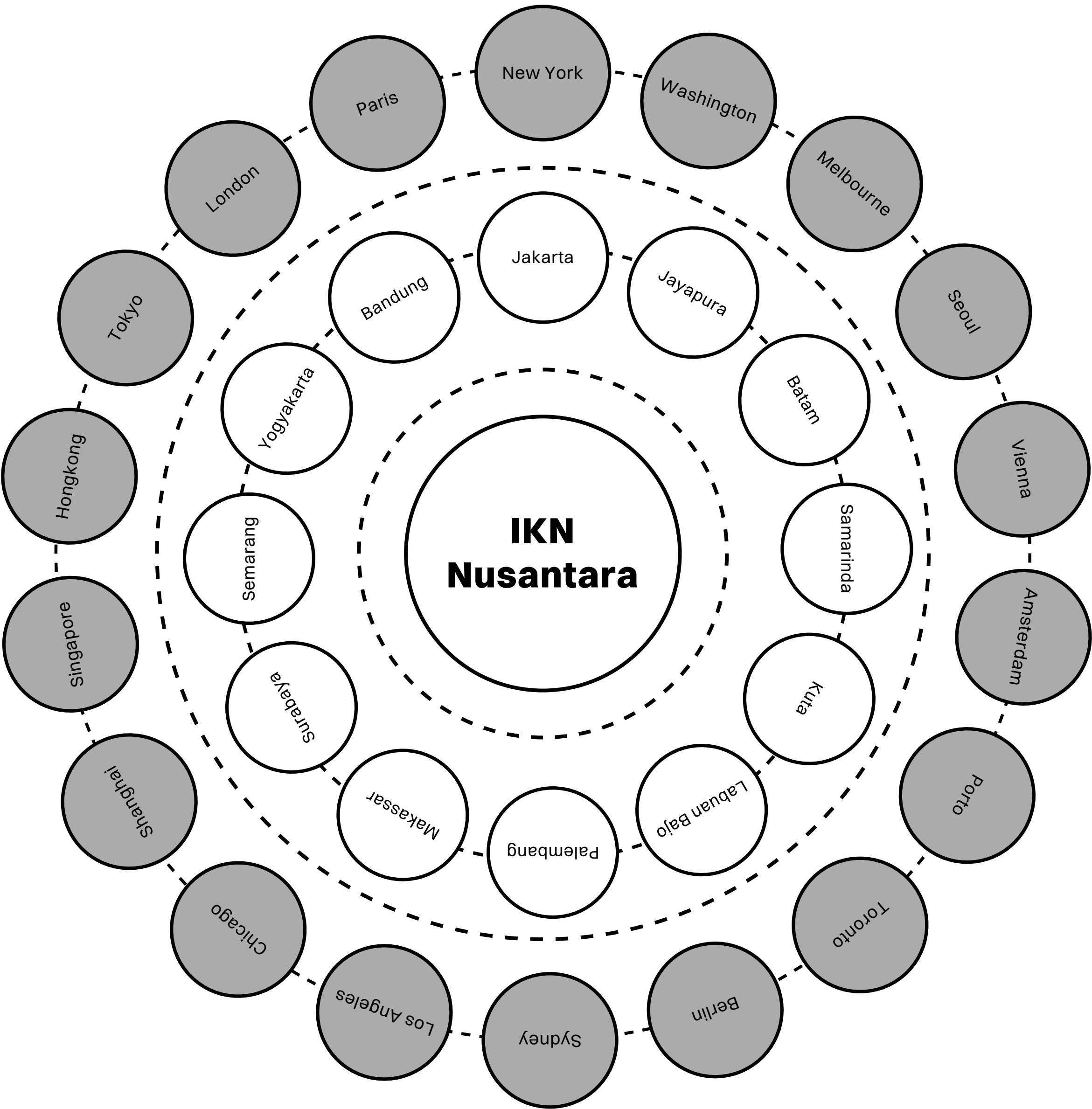
Selaras dengan konsep *Nature - Inspired Design* yang diusung oleh IKN, perancangan brand IKN ini didasari oleh proses yang dekat dengan alam, yaitu "Menanam - Merawat - Mengolah", untuk tumbuh dan berkembang sebagaimana visi yang telah dicanangkan.

Fase pertama berkaitan dengan bagaimana Nusantara mulai memupuk nilai-nilai yang menjadi pondasi dasar dalam transformasi berbudaya.

Sebagai upaya menjadi salah satu *role model* Kota Dunia, Nusantara haruslah memiliki nilai-nilai yang menjadi pembeda dengan kota dunia lainnya dan juga mampu berpengaruh secara lokal maupun global.

Sinergi

Cipta

Sinergi menjadi kata kunci dalam konsep utama branding IKN baik secara internal maupun eksternal. Berkaitan dengan reputasi, posisi dan pengaruh IKN di mata global dan lokal.

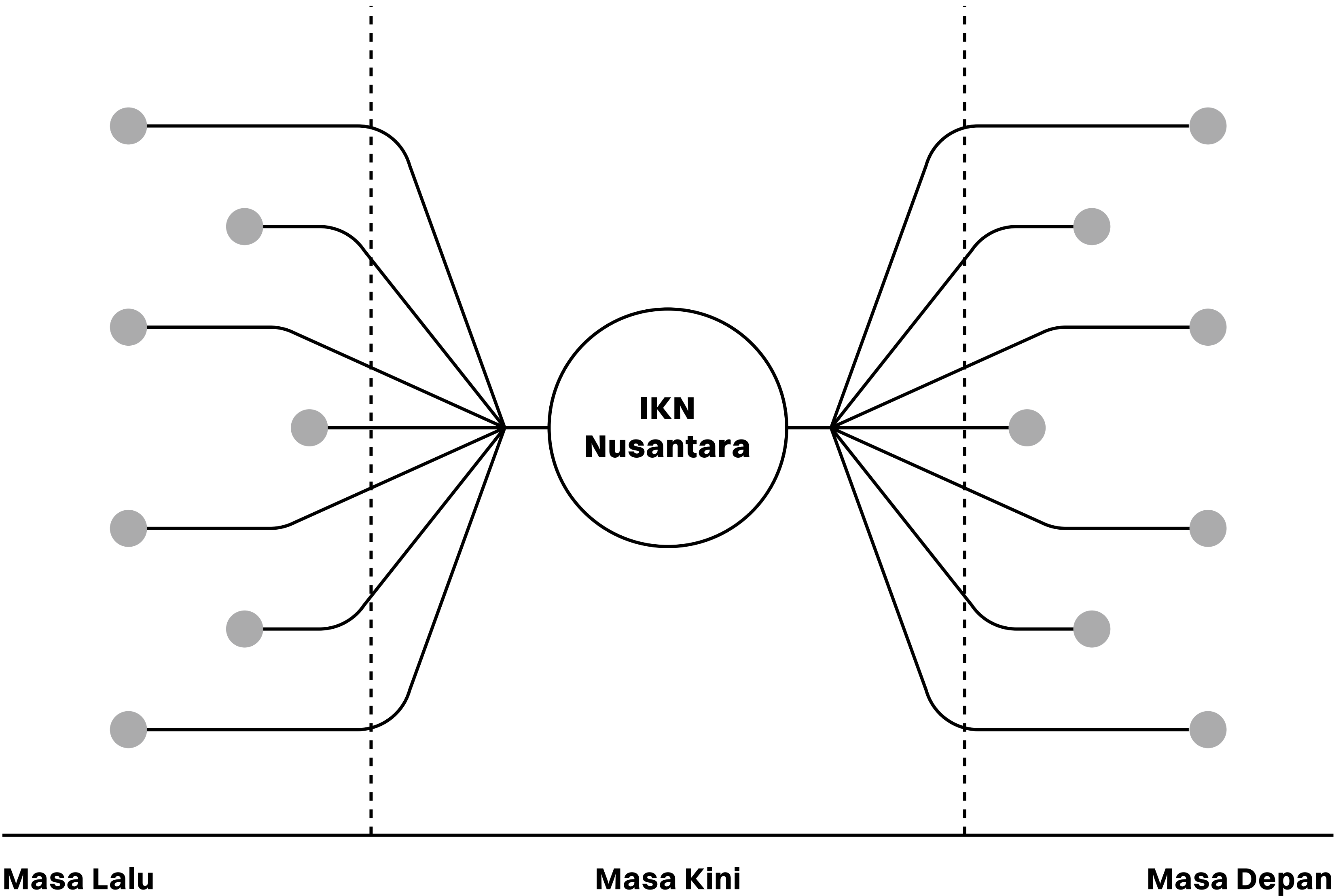
Secara eksternal, hubungan IKN dengan Kota Dunia lainnya menjadi penting sebagai bukti nyata bahwa IKN memiliki pengaruh dan kontribusi penting secara global. Pun dengan pengaruh IKN dengan kota-kota lainnya di Indonesia sebagai pusat pemerintahan dan pusat percepatan ekonomi yang inklusif dan merata.

01

Relevan

Rasa

Nusantara tak pernah lepas dari bagaimana bangsa ini bersatu dan terbentuk. Melalui kekayaan warisan budaya & pengetahuan yang diejawantahkan para founding fathers dalam semangat kebangsaan yang terpatri dalam setiap diri masyarakat Indonesia.

Relevansi IKN dengan nilai-nilai bangsa di masa lalu menjadi penting untuk diolah sebagai landasan berpikir dan bertindak untuk mencapai mimpi dan target masa depan Nusantara agar menjadi salah satu Kota Dunia yang memiliki daya saing global dan mampu beradaptasi di segala zaman.

02

Harmoni

Karsa

Semboyan Bhinneka Tunggal Ika menjadi bukti nyata bahwa perbedaan bukanlah halangan bagi bangsa Indonesia menjadi satu kesatuan yang utuh.

Semangat ini selaras dengan IKN Nusantara sebagai ruang milik bersama. Kampung halaman bersama. Di mana setiap orang punya rasa kepemilikan yang sama terhadap IKN Nusantara, baik dalam setiap pemikiran maupun tindakan.

03

Fase ini menjadi bukti bahwa Nusantara memiliki pengaruh dan kontribusi nyata terhadap dunia. Menjadi simbol transformasi dan kemajuan peradaban Indonesia baik secara lokal maupun global.

IKN Nusantara → **Mikro**

Makro → Lokal / Universal / Global

Human Capital
Cultural Experience
Public Value
Personal Development

Business Activity
Political Engagement
Information Exchange
Global Network

03

Harmony We Live In

Harmoni Kehidupan Sejati

Karakter yang diangkat menggambarkan semangat persatuan serta mampu beradaptasi dalam segala zaman. Sosok yang hadir sebagai jembatan bagi semua orang untuk merayakan segala perbedaan dalam harmoni persatuan yang utuh.

Tridaya

Terhubung

Bercerita

Melahirkan

Pergerakan

Kota Dunia

Bhinneka

Sinergi

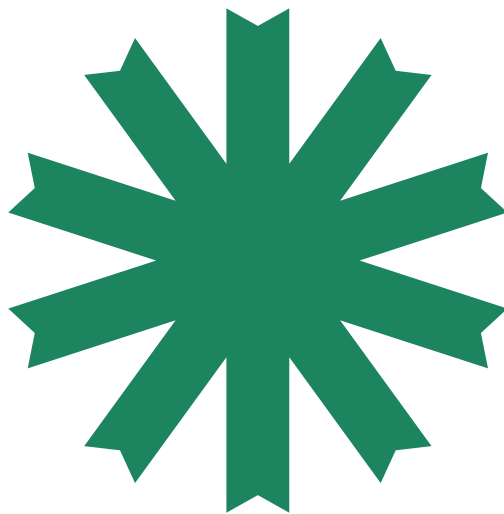
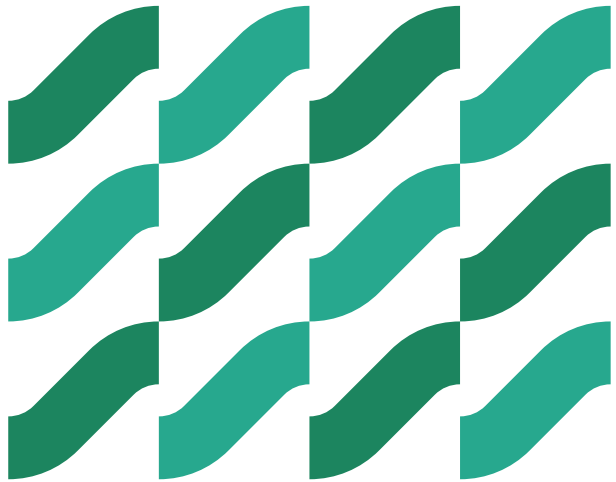
Relevan

Harmoni

Bersama

Untuk Semua

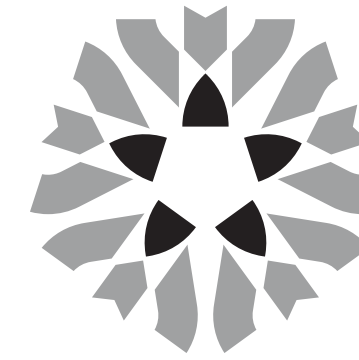
Moodboard

Moodboard ini merupakan kumpulan dari beberapa referensi yang menjadi titik awal perancangan logo IKN Nusantara yang diajukan.

Maritim & Agraris

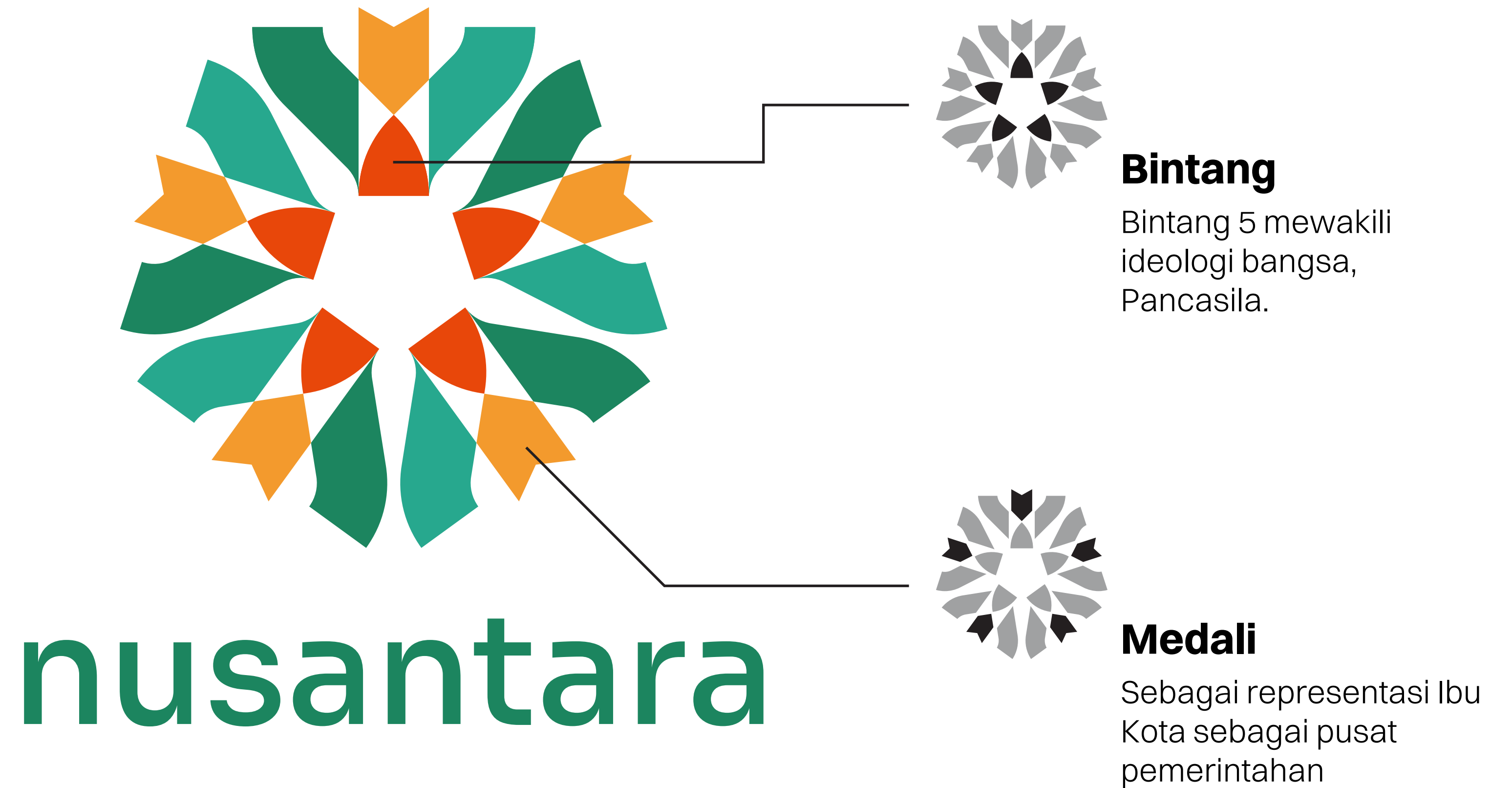
Rumah Bersama

Sinergi

Bertumbuh

Logogram IKN

Logogram IKN

Bintang

Bintang 5 mewakili ideologi bangsa, Pancasila.

Logogram IKN

Logogram IKN

Pergerakan

Mewakili visi IKN untuk tumbuh bersama sebagai salah satu Kota Dunia

Bintang

Bintang 5 mewakili ideologi bangsa, Pancasila.

Medali

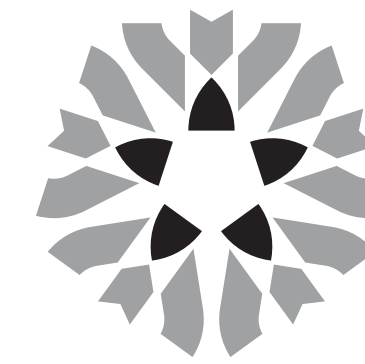
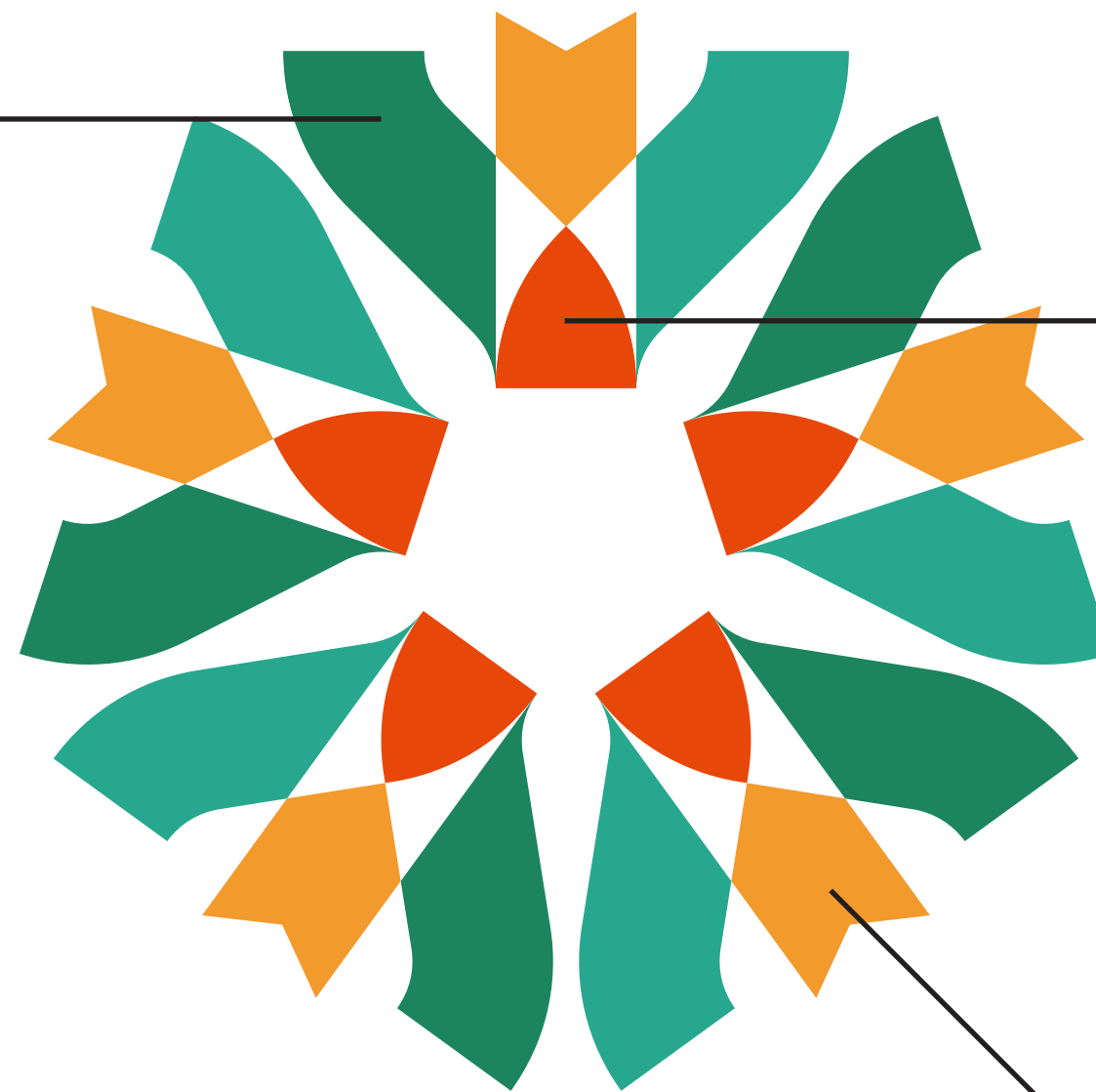
Sebagai representasi Ibu Kota sebagai pusat pemerintahan

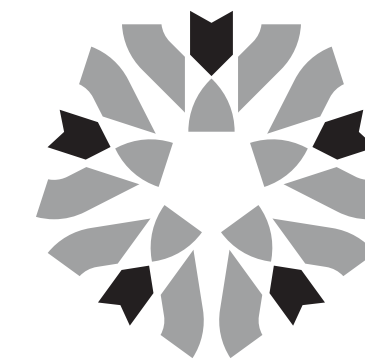
Logogram IKN

Pergerakan

Mewakili visi IKN untuk tumbuh bersama sebagai salah satu Kota Dunia

Keberlanjutan

Bentuk sirkular sebagai representasi IKN selaras dengan alam

Bintang

Bintang 5 mewakili ideologi bangsa, Pancasila.

Medali

Sebagai representasi Ibu Kota sebagai pusat pemerintahan

nusantara

Ibu Kota Negara Nusantara

Logo ini menggambarkan semangat Nusantara menjadi salah satu Kota Dunia yang memiliki integritas dan daya saing secara global.

Secara bentuk, logo ini mengambil bentuk lingkaran mandala sebagai representasi pergerakan kolektif masyarakat Indonesia.

Bersama-sama merayakan Nusantara sebagai ruang milik bersama dengan harapan terwujudnya harmoni dan sinergi demi transformasi dan kemajuan peradaban Indonesia.

Reversed Color

nusantara

Configuration

Main Logo Configuration

Main Logo Configuration

Alternate Configuration

Alternate Configuration

Logogram Only

Logogram Only

Typography

Font yang digunakan pada logo dan identitas visual IKN Nusantara ini menggunakan karakter font sans serif untuk mewujudkan kesan modern serta *movement* yang dinamis dan adaptif.

Sora Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01233456789

Headline

Sora Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01233456789

Subheadline,
Body Text,
Caption

Warna

Hijau dipilih sebagai warna dominan pada logo ini sebagai representasi warna alam, hutan, serta semangat keberlanjutan.

Hijau Guna

#29785C

Toska dipilih sebagai representasi bangsa Indonesia sebagai masyarakat maritim.

Cipta Tosca

#379885

Warna emas dipilih sebagai penguat sisi absolut Ibu Kota sebagai pusat pemerintahan dan ekonomi menuju era kejayaan Indonesia.

Emas Rasa

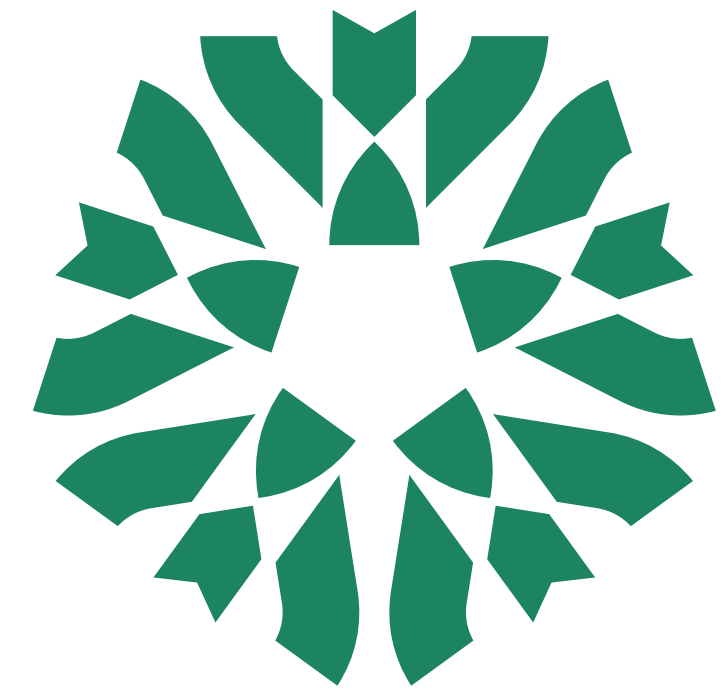
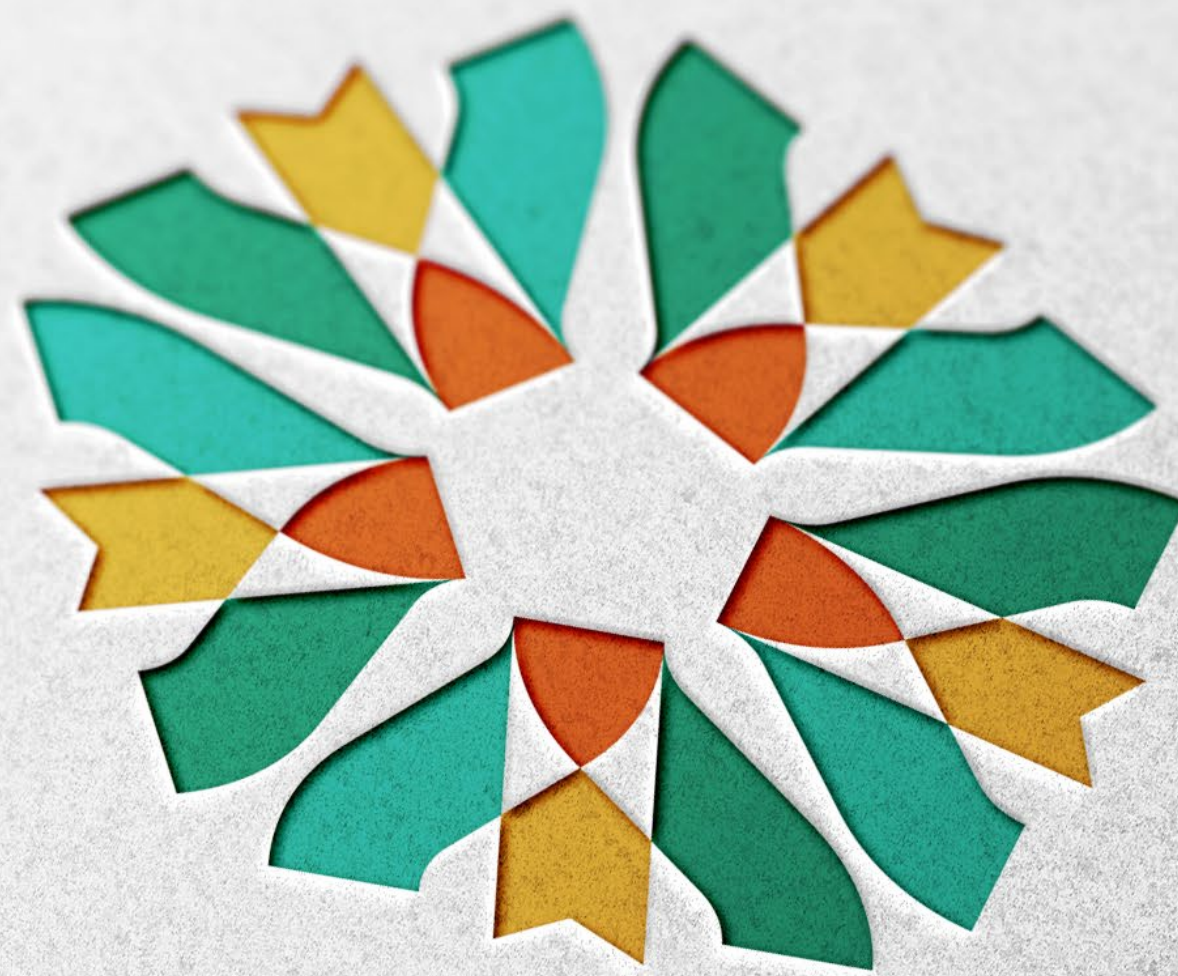
#DA9848

Warna jingga merupakan warna yang mewakili kesan semangat. Simbol dari optimisme sebuah pergerakan menuju era peradaban baru Nusantara.

Jingga Karsa

#CC5327

Logo Full Color

Logo Duotone

Logo Monochrome

nusantara

Entitas Logo

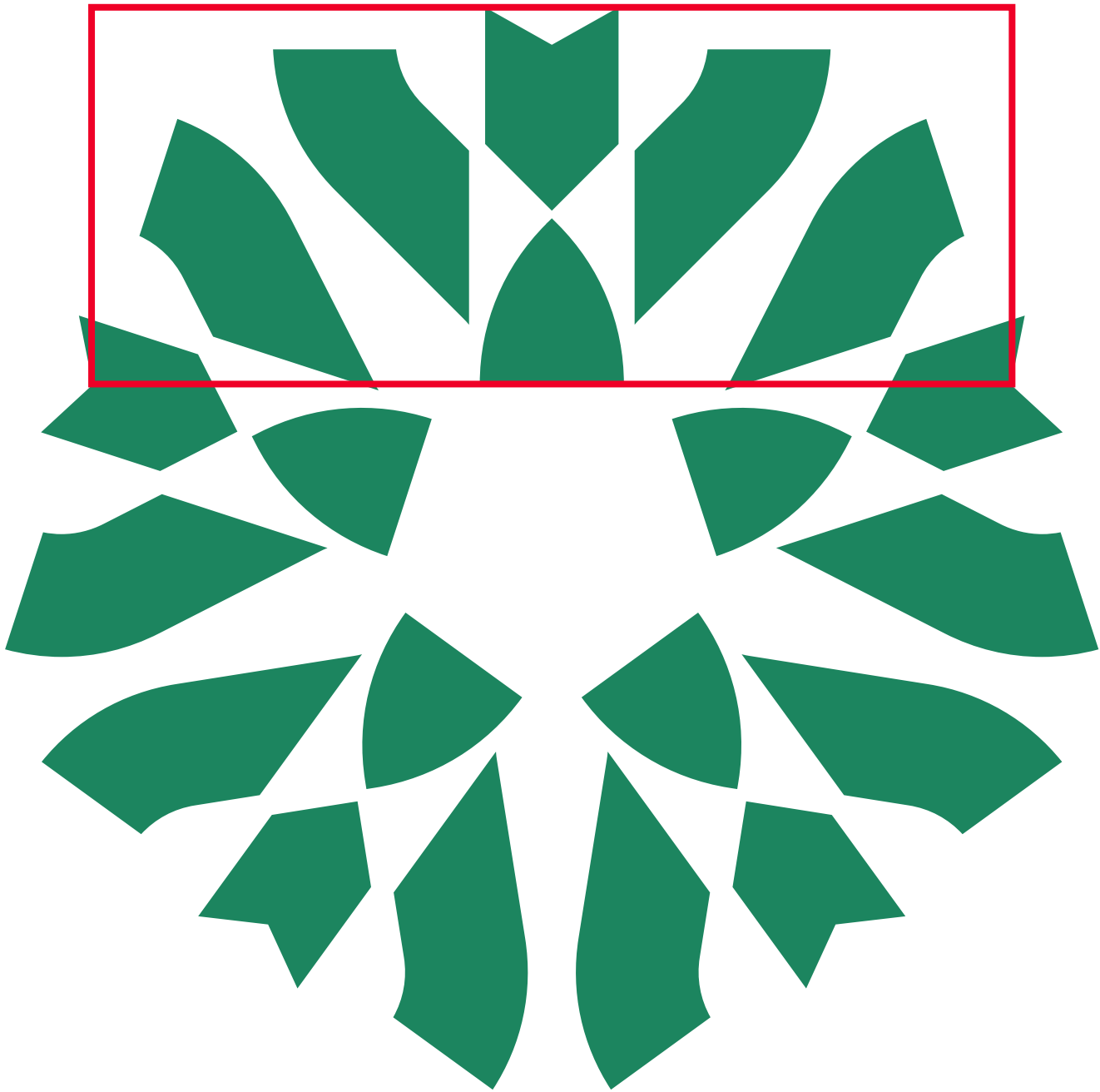
Kota Dunia

Entitas Logo

Lambang Kota/Kabupaten

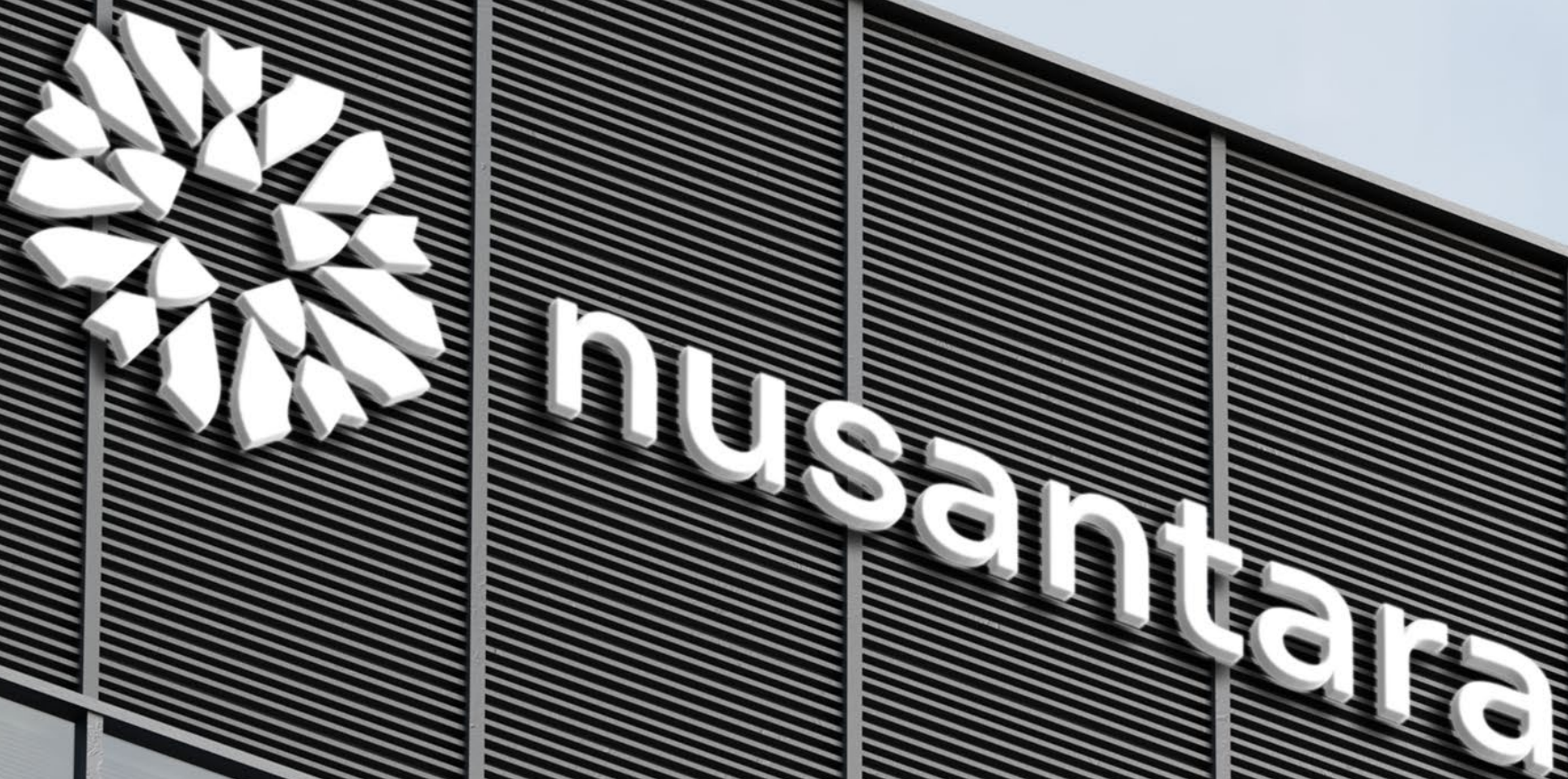
Entitas Logo

Lambang Kementerian

Supergrafis

Sistem Frame

Implementasi

(Outdoor Advertising)

Outdoor Signage

Outdoor Signage

Horizontal Banner

Horizontal Billboard

Vertical Billboard

Hanging Banner

Vertical Banner

Vertical Banner

Poster

nusantara
Harmony
We Live In
14 Desember 2025
Hall Katulistiwa
Gedung Garuda

Signage

nusantara
Plasa Adi Budaya
Plasa Legislatif
Bukit Bendera
Masjid Agung
Botanical Garden
Pancasila Mangrove
Eco Park

Digital
Banner

Digital Banner

Digital Banner

Stationery

Business Card

Envelope

Letterhead

Stationary Set

Stamp

ID Card & Lanyard

Digital Needs

Meeting Background

Meeting Landing Page

Presentation Template

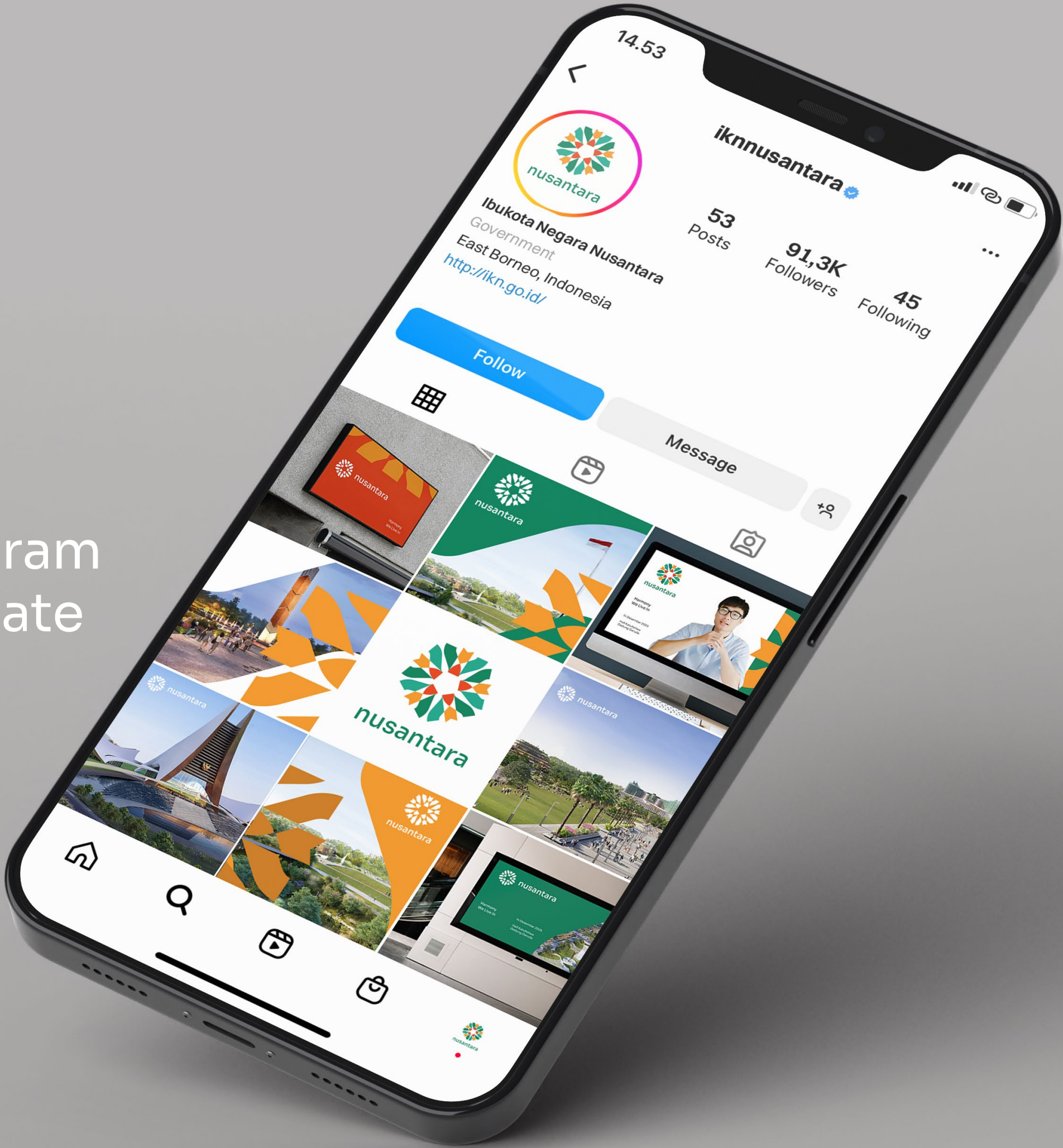
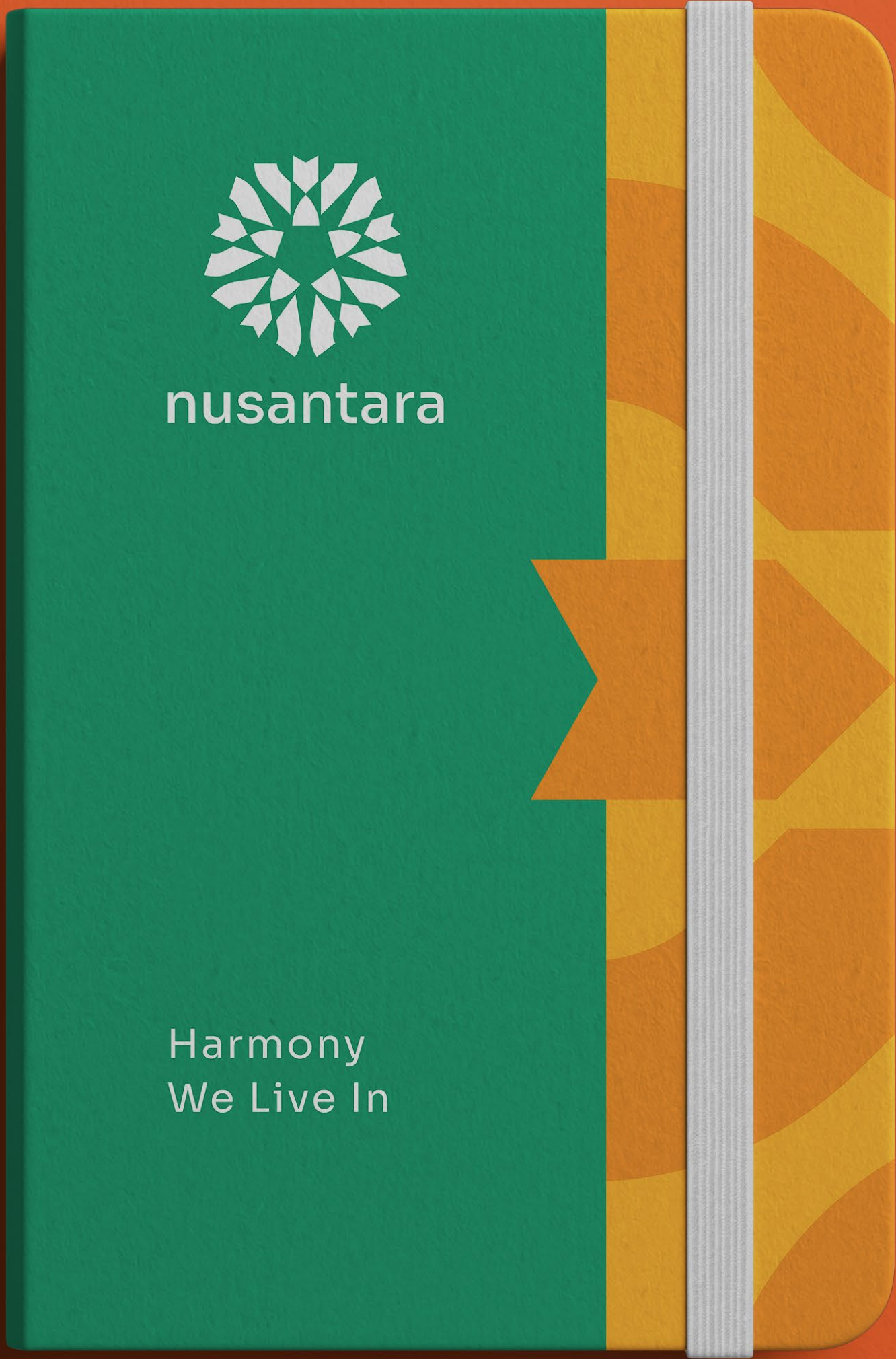
Instagram Template

Merchandise

nusantara
Harmony
We Live In

Totebag

Umbrella

nusantara
nusantara
nusantara
nusantara

nusantara
nusantara
nusantara
nusantara

T-Shirt

T-Shirt

Vehicles

nusantara

nusantara

nusantara
Harmony
We Live In
nusantara

nusantara
Harmony
We Live In
nusantara
Next

nusantara

Dimas Fakhruddin

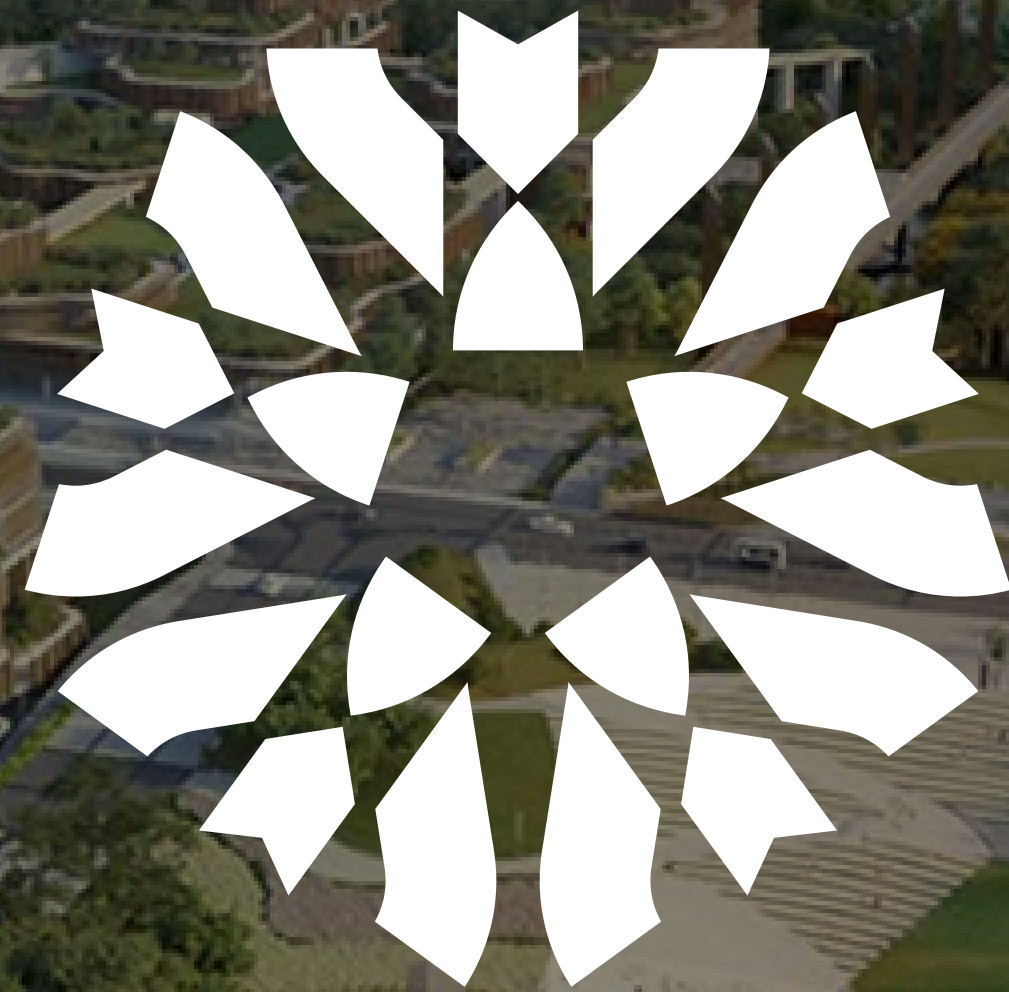
IKN Nusantara

Visual Identity

Overview

ADGI

2022

ADGI

Terima Kasih

Design by Yumakiso Studio

Art Director : Dimas Fakhruddin
Graphic Designer: Zuchal Rosyidin,
M. Aan Machfudzi
Copywriter : Danny Rizky

Credits

Slide 12. Abraham Salm (1872) De Vulkaan de Semeroe: genoman uit Residentie Pasoeroean. Indies Gallery; Antique Maps & Print of Indonesia. https://indiesgallery.com/product/1371-de-vulkaan-de-semeroe-genoman-uit-residentie-pasoeroean

Slide 14. Aerial Photo of Rice Field by Stijn Dijkstra. Pexels. https://www.pexels.com/photo/aerial-photo-of-rice-field-2583847/

Slide 25. Team Building by Shane Rounce. 2018. Unsplash. https://unsplash.com/photos/DNkoNXQti3c

Slide 25. Island and Sea by Stan Lipski. 2020. Unsplash. unsplash.com/photos/yNmJiAhrsCo